

Cơ quan hài hòa hóa
thị trường nội địa
(Nhãn hiệu và Kiểu dáng)

Khóa đào tạo về thủ tục
thẩm định đơn đăng ký nhãn hiệu
Nhãn hiệu hình & Nhãn hiệu màu

Óscar MONDÉJAR – TMCD (OHIM)

NOIP; Hà nội, 5-9/11/2007



Chương trình hợp tác EC-ASEAN về sở hữu trí tuệ (ECAP II)

WWW.OAMI.EUROPA.EU



Tóm tắt:

Một số tiêu chuẩn thẩm định cơ bản

Các tình huống thực tế

Các lý do phản đối chuẩn



Tiêu chuẩn thẩm định cơ bản. Nhãn hiệu hình

Một số yếu tố hình, theo cách hiểu thông thường, có thể có đặc điểm phân biệt.

Một nhãn hiệu hình mang tính mô tả nếu được nộp đơn dưới dạng nhãn hiệu chữ thì có thể được chấp nhận trong một số trường hợp.

Cách diễn đạt của Điều 7(1)(b) và (c) Quy chế nhãn hiệu cộng đồng (CTMR):

“...không có *bất cứ* đặc điểm phân biệt nào...”

“...*chỉ* bao gồm ...” [dấu hiệu mang tính mô tả]

- Các yếu tố hình của nhãn hiệu cũng phải có tính phân biệt theo cách hiểu thông thường nếu các yếu tố đó không thể tự giới hạn mình ở việc nhấn mạnh các đặc tính của hàng hoá và dịch vụ.



Đăng ký nhãn hiệu
cộng đồng số 4596383. Đã
công bố

Nhóm 9: Thiết bị điều
hòa không khí

Đăng ký nhãn hiệu cộng đồng
số 4596359. Đã công bố



Nhóm 37: Cho thuê
máy móc và máy công cụ và
các phụ tùng và bộ phận của
máy móc; cho thuê thiết bị và
máy xây dựng, cho thuê giàn
giáo.



Đăng ký nhãn hiệu cộng đồng
số 3927118. Bị từ chối

Các nhóm 5 và 30



Đăng ký nhãn hiệu cộng đồng
số 4745394. Bị từ chối

Các nhóm 5, 29 và 30



Đăng ký nhãn hiệu
cộng đồng số 2753143. Bị từ
chối

Nhóm 29: Các sản
phẩm bơ sữa, cụ thể là bao
gồm bơ, các sản phẩm hỗn hợp
chứa bơ, pho mát, sữa và sữa
được bảo quản (sữa hộp), dầu
ăn và chất béo.

Đăng ký nhãn hiệu
cộng đồng số 4539375. Bị từ
chối

Spreadable

Optima

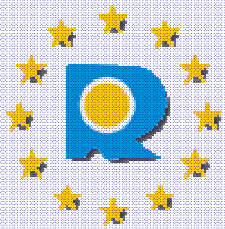
Nhóm 9, 38 và 41





Các mẫu ví dụ

(xem các tài liệu đã phát)



Cơ quan hài hòa hóa thị trường nội địa (Nhãn hiệu và Kiểu dáng)

Cám ơn sự theo dõi của quý vị!

Óscar MONDÉJAR
© OHIM 2007

